

## DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam, 2007, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Universitas Diponogoro, Semarang.
- Heruwati, Eni. 2010. *Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kredibilitas, Dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio (Studi Pada Konsumen PT. Harpindo Jaya Jl. Dr. Cipto No.61 Semarang)*. Semarang. Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Kiswalini, Annis dan I Ketut Nurcahya, 2014, *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kota Denpasar*, E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, Vol. 3, No. 6, pp 1527.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 2. PT.Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perencanaan, Implementasi Dan Control*, Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2, Jakarta : Prehalindo
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Mustikarillah, Rizki Nurafdal. 2011. *Pengaruh Brand Image Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush Pada PT. Hadji Kalla Di Makasar*. Makasar. Jurnal Ekonomi. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Hasanudin.
- Pradipta, Dyah Ayu Anisha. 2012. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT. Pertamina (Persero) Enduro 4T Di Makasar*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin.
- Rengarajan,P dan Sathya. R. 2014. *A Study On Impact Of Celebrity Endorsment On Brand Perception And Buying Behavior Of Consumer With Reference To Udumalpet Taluk*. Epra International Journal Of Economic And Business Review, ISSN: 2347-9671, Vol.2, Issue.2, February, pp 37-42.

Sebayang, Muly Kata dan Simon Darman O. Siahaan. 2008. *Pengaruh Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio pada Mio Automatic Club (MAC) Medan*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, hlm. 117-125.

Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jilid I ( edisi 5). Jakarta : Erlangga.

Stephanie, Elizabeth, Leonid Julivan Rumambi dan Yohanes Sondang Kunto. 2013. “Analisa Pengaruh Rio Dewanto Dan Donita Sebagai Celeberiy Enodrser Terhadap Minat Beli Produk AXE Anarchy Dengan Daya Tarik Iklan Dan Efek Iklan Sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Manajemen Pemasaran.*, Vol. 1, No. 2, pp 1-9.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

Supranto, J., 2003. *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran*, Edisi Ketujuh, Jakarta: PT. Rineka Cipta

Wiryanan, Driya dan Anisa Pratiwi. 2009, “Analisis Pengaruh Celebrity Endorsor Terhadap Brand Image Pada Iklan Kartu Prabayar XL Bebas Di Bandar Lampung”. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Jurnal Ilmiah Berkala Empat Bulanan*, ISSN 1411-9366, Volume 5 No.3, Mei. Hal 235-264.

Wiyono, Gendor. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta

Arief, Yusuf. 2013. Arti Logo Baru Yamaha Semakin Di Depan. <http://dapurpacu.com/142210/arti-logo-baru-yamaha-semakin-di-depan/> [29 Desember 2014]

TOP Brand Award. 2014. TOP Brand Index. [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey result/top\\_brand\\_index\\_2014](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey%20result/top_brand_index_2014) [8 Novemer 2014]

[http://id.wikipedia.org/wiki/Yamaha\\_Indonesia\\_Motor\\_Manufacturing](http://id.wikipedia.org/wiki/Yamaha_Indonesia_Motor_Manufacturing)  
[29 Desember 2014]